LE MAGAZINE DE LA RESTAURATION JAPONAISE N°48 - automne 2016

WASABI

www.wasabi.fr



VOYAGE AU JAPON
15 chefs français partiront avec Wasabi en janvier 2017

IPPUDO
Le roi du ramen débarque en France

dossier

DE LA MER À L'ASSIETTE
LES SECRETS DU POISSON FRAIS

ajoutez de la couleur à vos menus



salade de palourdes hokkigai

Sushis de palourdes hokkigai

Les surprenantes palourdes hokkigai de Clearwater
Nos palourdes hokkigai, aux couleurs flamboyantes, sont 100% naturelles et sauvages ; elles sont issues de la pêche durable dans les eaux sauvages et naturelles des mers du Canada. **Elles sont congelées en mer dans les 60 minutes suivant leur capture selon le procédé IQF (Individually Quick Frozen).** Leur fraicheur et leur saveur exceptionnelle sont ainsi préservées et comparables à celles de palourdes fraichement pêchées. Elles sont d'un goût incomparable et ne nécessitent aucune cuisson, autant d'attributs qui en font un ingrédient parfait à ajouter à vos plats.





MSC-C-51561



Veuillez contacter Foodex SAS
Tel : +33 (0)1 46 47 44 39
info@foodex.fr
www.foodex-group.com



www.clearwater.ca



EDITO PAR PATRICK **DUVAL**



Bonne rentrée !

Wasabi, le magazine des professionnels de la gastronomie japonaise, vous souhaite une bonne rentrée et continuera, dans les mois qui viennent, à aborder pour vous les différentes facettes de cette restauration bien particulière.
Dans ce numéro, nous avons enquêté sur les circuits qu'emprunte le poisson depuis le moment où il est pêché jusqu'à la planche à découper du chef. Comme on s'en doute, c'est une véritable course contre la montre à laquelle se livrent chaque jour pêcheurs, éleveurs et transporteurs pour que saumon, thon, daurade, bar… arrivent dans vos restaurants le plus frais possible.
Après avoir interrogé des intervenants de toute la filière, Wasabi vous dévoile les dessous d'une incroyable organisation dont l'unique but est de livrer le plus vite possible n'importe quel restaurant en France en respectant une réglementation de plus en plus stricte.
Côté tendances, nous en avons retenu deux pour cette rentrée : le bento et le râmen qui ont, depuis longtemps, fait leurs preuves au Japon mais n'en sont, en France, qu'à leurs balbutiements. Jérôme Bracco, patron de Hana Bento, nous explique comment cette boîte-repas merveilleusement équilibrée, séduit de plus en plus de Parisiens soucieux de leur ligne et de leur santé et nous révèle son plan de développement.
Quant au râmen, il attire, on le sait, de plus en plus de jeunes grâce à son prix modique, bien sûr, mais aussi parce qu'il évoque l'univers manga et constitue une alternative « fun » aux sushi ! Shigemi Kawahara, « l'empereur » du râmen au Japon à la tête de la célèbre chaîne Ippudo, débarque en France avec deux établissements qui élèvent la nouille japonaise au rang d'art ! Nous l'avons interviewé lors d'un bref passage à Paris.
Nous aurions d'ailleurs pu le rencontrer au Japon puisque nous organisons, en janvier prochain, un "Wasabi Tour" sur l'archipel réservé aux chefs et aux professionnels de la restauration. Attention, le nombre de place étant limité, n'hésitez pas à réserver dès maintenant (voir le programme et les conditions en page 6).

- COUVERTURE : Wasabi
- RÉDACTION : Tinka **Kemptner**, Guillaume **Loiret**, Patrick **Manasson**, Chihiro **Masui**, Camille **Oger**, Brigitte **Perrin**, Ryoko **Sekiguchi**, Jean-Luc **Toula-Breysse.**
- CONSEILLÈRE ÉDITORIALE : Dr Kathy **Bonan** (nutrition)
- CONCEPTION VISUELLE : Cyrille **Morillon**
- PUBLICITÉ : **01 42 08 50 47**
- IMPRESSION : **Groupe-Morault**
- DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Patrick **Duval**

WASABI EST UNE PUBLICATION JB MOGADOR,
119 BIS RUE CARDINET, 75017 PARIS. TÉL : 01 42 08 50 47
MAIL : **wasabi@wasabi.fr**
SITE INTERNET : **www.wasabi.fr**
ISSN : 1767-6142
Page Facebook : wasabi, le goût du Japon

SOMMAIRE















Jérôme Bracco

P.-D.G. de Hana Bento



Cet entrepreneur issu du monde de la finance s'est lancé avec succès dans la restauration japonaise. Il nous explique le concept Hana bento

De quel univers venez-vous au départ et comment en êtes-vous venu à vous intéresser à la restauration japonaise ?

Jérôme Bracco : Je viens de l'univers de la finance et du conseil, j'ai suivi le cursus expertise comptable et ai créé ma société de conseil en 2006. Grâce à certains de mes clients j'ai pu voyager pour des missions au Japon et je me suis passionné pour ce pays, sa culture et bien sûr sa gastronomie. Au cours de la trentaine de voyages que j'y ai effectués, j'ai visité pratiquement toutes les préfectures par toutes saisons, ma préférée étant le printemps...

Lorsque vous avez créé Kura, quel était le concept ?

Je voulais faire partager ma passion pour la gastronomie japonaise et sortir des sempiternels maki et sushi en proposant une cuisine de qualité. Le Kura propose une cuisine de type kaiseki, la cuisine traditionnelle de Kyoto, très peu présente à Paris. Le soir nous servons un menu unique à 59 € avec un amuse-bouche, deux entrées, un sashimi, un choix de trois plats (une viande, un poisson ou un sushi) et deux desserts. Nous travaillons des produits comme le bœuf wagyu importé du Japon, les langoustines vivantes, Le bar de ligne, la légine, le wasabi frais, le matcha ou le saké que nous importons directement.



Qu'est-ce qui vous a donné l'idée de vous lancer dans l'aventure Hana bento ?

Parmi nos clients, certains nous demandaient avec insistance si nous pourrions leur préparer des plats à emporter ou organiser leurs repas à domicile. Avec mon associé, nous avons effectivement constaté que l'offre de restauration sur les bentos était quasi inexistante en France en 2012 alors que ce système est très répandu au Japon. Nous avons donc décidé de nous lancer dans l'aventure. Le hasard a voulu que le commerce adjacent au Kura se libère, nous en avons profité pour ouvrir le premier Hana.

Pourriez-vous nous en expliquer le concept ?

Le bento est un plateau-repas japonais qui propose un menu équilibré. Il est composé principalement de légumes mijotés, de riz et, selon les goûts de chacun, de poisson, de viande, de poulet ou d'une galette de tofu. Nous respectons l'art culinaire japonais du bento en associant des produits de la montagne et de la mer. En plus des bento nous proposons des desserts maison, à base d'ingrédients japonais (thé matcha, sésame, azuki...) ainsi qu'une gamme de thés bios, venant de Uji (Préfecture de Kyoto) pour accompagner les repas et les pâtisseries.

Cette forme de boîte-repas très populaire au Japon peut-elle séduire les Français ? Quels en sont les avantages et les éventuels inconvénients ?

Je pense que les bentos ont beaucoup d'atouts et vont séduire en France et cela pour 3 raisons : tout d'abord ils offrent une alternative saine, équilibrée pour le déjeuner. Comparés aux plats préparés en supermarché ou aux sandwiches, nous nous situons dans le bien-être, avec beaucoup de légumes et un repas très diététique. Deuxièmement, l'offre de cuisine japonaise hors sushi étant encore très pauvre en France, une cuisine préparée avec des ingrédients de qualité ne peut qu'intéresser les Parisiens. Enfin, le bento est très facile à transporter et on peut le déguster n'importe où.

Au niveau du goût et des ingrédients, êtes-vous proche du goût japonais ou, au contraire, vous êtes-vous adapté au goût français ?

Aussi bien pour Kura que pour Hana Bento, nous avons souhaité avoir un goût réellement japonais, nos recettes ont été élaborées par notre chef du Kura,.

Beaucoup de nos clients sont passionnés par le Japon et ont voyagé au pays du soleil levant. Nous avons également une part non négligeable de clients japonais. Pour cette raison, nous ne souhaitons pas "franciser" nos bentos. Nous voulons, au contraire que chaque bento soit comme un voyage.

Pensez-vous ouvrir d'autres points de vente ? A Paris ? En province ?

Nous venons d'ouvrir deux nouveaux Hana dans le 7e et le 15e et allons en ouvrir un quatrième dans le 10e à la mi-octobre. Nous projetons d'agrandir la famille d'ici mars, mais principalement sur Paris pour le moment.



AJI : Un nouveau label pour la restauration japonaise

A l'initiative de quelques restaurateurs indépendants, une association baptisée AJI (Association pour le respect de la cuisine Japonaise et de ses Ingrédients) vient de voir le jour. Elle a pour but de défendre le goût japonais au sens le plus large possible, c'est-à-dire dans toute la variété de ses spécialités : sushi bien sûr, mais aussi udon, ramen, soba, izakaya, kaiseki… et même les restaurants proposant une cuisine française revisitée par la tradition japonaise.
Tout établissement proposant ces cuisines peut demander à y adhérer. En cas d'admission, il recevra le macaron AJI (photo) à coller sur la devanture et pourra figurer sur le site de l'association : www.bestjapaneserestaurants.com (ou www.meilleursrestaurantsjaponais.com).
Les membres de l'association bénéficieront en outre de divers avantages comme des réductions chez certains fournisseurs. D'autres pistes de travail comme la mise en commun d'un système de recrutement de personnel sont à l'étude.

Pour tout renseignement : members.aji@gmail.com

Ken Kawasaki
Une vraie rencontre France-Japon



Le boeuf au gratin dauphinois et wasabi frais : l'un des plats proposés par Ken Kawasaki.

Ouvert le 9 juin dernier à proximité de la place Clichy, ce petit restaurant de 14 places faisant toutes face à la cuisine ouverte ne se contente pas de proposer une cuisine française réalisée avec la rigueur nippone. Originaire de Nara, le chef veut aller plus loin dans la rencontre de nos deux gastronomies et ose d'audacieuses associations comme, par exemple, le fromage Rocamadour et le miso blanc, l'huile d'olive et le yuzu ou encore la tomate et la gelée de prune salée (umeboshi). L'un des plats proposés le jour de notre visite associait carrément un bar grillé et une galette de… mochi ! Déclinée en menus fixes : 30 € le midi, 45 € et 70 €, le soir, cette cuisine à la fois esthétique, délicate et parfumée, servie dans une superbe vaisselle par une équipe franco-japonaise de professionnels passionnés devrait rapidement connaître le succès.

Ken Kawasaki, 15 rue Caulaincourt, Paris 75018.
Du lundi au samedi de 12h à 15h et de 19h à 23h.
T. 09 70 95 98 32.









VOYAGE PROFESSIONNEL

Le Japon accueille les chefs

Du 15 au 23 janvier 2017, Patrick Duval, rédacteur en chef du Magazine Wasabi, et Kei Miyagawa, importateur de sakés en France, proposent aux chefs et aux professionnels de la gastronomie un voyage au Japon axé sur la découverte des produits et des techniques de cuisine

Par Patrick **MANASSON**

Découvrir la véritable gastronomie japonaise au Japon ? Beaucoup de chefs en rêvent mais n'osent pas franchir le pas par peur de la barrière de la langue ou parce qu'ils pensent que le prix d'un tel voyage dépasse leurs moyens…

L'initiative de Patrick Duval, rédacteur en chef de Wasabi, et de Kei Miyagawa, importateur de sakés, est une occasion unique de découvrir l'essentiel de la cuisine japonaise dans le cadre d'un groupe de professionnels dans des conditions d'encadrement exceptionnelles et pour un prix très étudié.

Comment avez-vous eu l'idée d'organiser ce voyage ?

Patrick Duval : Depuis plusieurs années, nous organisions des voyages au Japon axés sur le thème gastronomique mais destinés à un public assez large. Cette fois-ci, pour la première fois, nous avons décidé d'emmener uniquement des professionnels de la gastronomie en France, qu'ils travaillent en restauration française ou japonaise. Nous pensons en effet que la connaissance du vrai goût japonais peut apporter énormément à tout professionnel de la cuisine. A notre connaissance, aucune agence ne propose ce genre de voyage sur mesure…







Dégustation et discussion avec des chefs, visite d'une distillerie de whisky, petit déjeuner au marché aux poissons... Un voyage riche en découvertes !

français!





Accompagnerez-vous personnellement le voyage ?

Nous serons deux : Kei Miyagawa et moi. Kei importe en France de nombreuses marques de saké dont le fameux Dassai. C'est évidemment un guide très précieux pour découvrir le saké dans toute sa complexité. Il connaît aussi de très nombreux restaurateurs au Japon et a ses entrées dans les plus grandes maisons. C'est grâce à lui notamment que nous pourrons expérimenter les associations sushi/vin ou cuisine française/saké. Pour ma part, j'assure la coordination générale et répondrai à toutes les questions des chefs tout au long du voyage… Etant également restaurateur, je peux anticiper leurs demandes.

Quels seront les points forts de ce voyage ?

Il y aura le nouveau marché au poisson bien sûr qui quitte Tsukiji. Le déménagement doit avoir lieu en novembre de cette année. Nous pourrons assister à la vente aux enchères des thons et déguster sur place les sushi les plus frais du monde ! Nous irons également dîner dans une sushiya de Ginza spécialisée dans l'accord avec les vins et dans un restaurant de haute gastronomie française (à la japonaise !) où les plats seront associés à de grands sakés. On goûtera aussi le fameux fugu, un poisson qui, s'il est mal préparé, peut être mortel et le non moins fameux bœuf de Kobé après avoir visité une ferme…

Quelles sont les conditions pour participer au voyage ?

C'est un voyage qui s'adresse aux professionnels de la restauration (chefs, patrons de restaurants, sommeliers, importateurs de produits alimentaires, etc.) qui peuvent venir en famille s'ils le souhaitent.

Au programme du **voyage 2017**

- Une visite du nouveau marché au poisson avec démonstration d'ikejime et dégustation de sushi sur place
- Des workshop en forme de dégustation autour des accords vins/sushi et cuisine française/sakés.
- Une dégustation des nouveaux (et très surprenants) cocktails japonais
- Des visites de maisons de saké, de fabricants de miso, de distillerie de whisky japonais, de marchés aux légumes…
- Une dégustation du fugu (fameux poisson/poison) avec démonstration de toute la préparation à partir du poisson vivant.
- La visite d'un élevage de wagyu (bœufs de Kobé) avec dégustation.
- Et bien d'autres découvertes…

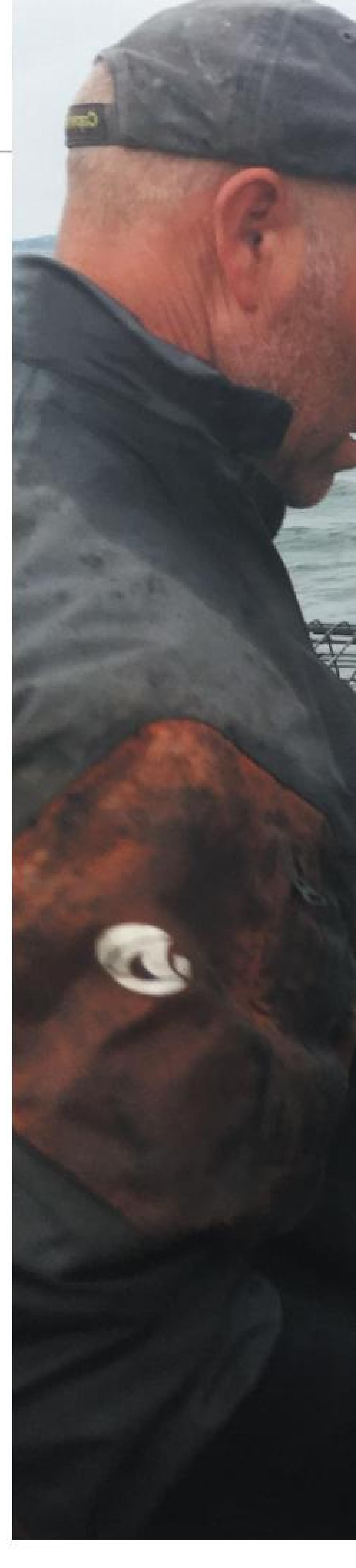
Prix/Personne : 3 500 € (Base 2 personnes) comprenant le transport en avion Paris-Tokyo-Osaka-Pari, les transports en train entre Tokyo, Nagoya, Kyot, les hôtels avec petit-déjeuner, la plupart des repas, les visites en bus privé
Pour tout renseignement, inscription : wasabi : 01 42 08 50 47 ou www.wasabi.fr



DE LA MER À L'ASSIETTE

Les secrets du poisson frais

Devant un étal de poissonnerie, impossible de savoir à quel poisson on a affaire. D'où vient-il ? Comment a-t-il été pêché, conditionné, acheminé ? Pour suivre le poisson à la trace, retour sur chaque étape depuis la pêche jusqu'à l'assiette. Derrière l'apparente simplicité du sushi, une véritable course contre la montre s'engage chaque jour pour que le poisson arrive le plus frais possible dans l'assiette du client.



Pêche aux casiers dans le bassin d'Arcachon.

Par Brigitte **Perrin**

Techniques de pêche, conservation, découpe, méthodes de transport, chaque étape est importante pour garantir au consommateur le poisson le plus frais possible. Chaque maillon de la chaîne doit être bien rodé et les relations entre les acteurs de la filière étroites. Selon Isabelle Letellier, consultante chez Mer Conseils, le type de pêche pratiqué joue un rôle déterminant sur la vitesse d'évolution du produit.



L'eau est l'ennemi du poisson frais

Pour les sushis, mieux vaut un poisson pêché avec des techniques peu destructives comme la ligne ou les casiers même si un certain type de pêche au filet peut aussi convenir. Les poissons issus des petites pêches sont plus frais, et la qualité souvent meilleure que la pêche d'un navire resté plusieurs jours en mer. En général, le chalut abîme plus le poisson que la ligne. Mais tous les chalutiers ne pêchent pas de la même façon, et la durée des traits – c'est-à-dire pendant laquelle le filet est tiré dans l'eau – peut varier de 2 à 4 h. Or, comme on dit au Japon, l'eau est l'ennemi du poisson... Aujourd'hui, les navires sont équipés de sondeurs qui leur permettent de savoir ce qui entre dans le chalut. Le pêcheur consciencieux videra son filet dès

que la quantité maximale sera atteinte. Celui qui l'est moins continuera à le remplir pour faire plus de volume. Le poisson risquera alors davantage d'être écrasé au milieu de la nasse, et se tiendra moins bien par la suite.

Température constante

La plus ou moins longue tenue d'un poisson dépend aussi de la manière dont il est conservé sur le bateau. Dès qu'ils sont pêchés, la plupart des poissons sont éviscérés à bord sauf la dorade, le bar, le maquereau et les petits poissons bleus comme le chinchard ou la sardine qui sont le plus souvent simplement saignés. Généralement, ils sont ensuite « glacés » pour être conservés entre 0 et 2 °C. Seule la petite pêche – de moins de 24 h – n'assure pas toujours de glaçage. « Le glaçage est primordial, car le poisson a souvent un long trajet à faire avant d'arriver dans l'assiette. Il doit donc être maintenu à la même température de sa sortie de mer à la livraison pour éviter que les bactéries se développent et que le poisson se dégrade », explique Jean-Marc Ramet, Vice-président de l'Union Nationale de la Poissonnerie Française (UNPF). « Dans le circuit classique en France, il faut compter entre 48h et 72h entre la pêche et la vente. A chaque étape, la température reste constante, entre 0 et 2 degrés, dans la cale du bateau, dans les camions réfrigérés et dans les frigos du poissonnier. Pour les arrivages venant d'autres pays, les délais et les modes de transport sont généralement les mêmes. »

Cap sur le phare de Rungis

A Rungis, le ventre de Paris, le pavillon de la marée a une obsession : le respect de la chaîne du froid. Il est doté d'une infrastructure performante, avec déchargement "sous froid" pour que la glace ne fonde pas avant l'entrée dans la zone de vente, et système de refroidissement du sol au plafond. Comme il est impossible de contrôler chaque poisson, les grossistes sont soumis à des règles strictes, et leur activité régie par des procédures écrites. Quant aux contrôles des services vétérinaires,



Sardines conservées dans la glace durant leur transport.

Poisson cru : attention à l'anisakis !

De nombreux poissons pélagiques sont infestés par l'anisakis, un petit ver qui prolifère dans le poisson cru, et qui peut provoquer de graves problèmes gastriques. Afin d'éviter toute contamination, les modalités de pêche industrielle imposent de vider le poisson directement sur les bateaux. Mais le risque zéro n'existe pas, et les petits pêcheurs ne sont pas soumis à cette obligation. Seule la congélation à **–** 20 °C pendant au moins 24 heures permet d'éliminer le risque infectieux. Une précaution importante pour la consommation de poisson cru.



La marée à Rungis est le pavillon le plus important des Halles.

ils sont fréquents. On regarde la rigidité du poisson frais et la transparence du mucus, on traque l'affaissement des chairs, et on piste les fraudes, par exemple les produits plus assez frais lavés et reglacés pour essayer de leur redonner l'apparence de la fraîcheur.
Cédric Gabrieli, en charge des ventes de Reynaud Restauration, a créé des partenariats de longue date avec ses fournisseurs. « On ne fait que du frais. En général, les poissons arrivent entre 2 et 4 jours après l'abattage. Seul le thon et le mulet sont sauvages. Le reste, c'est de l'élevage. Le saumon vient de Norvège, le thon principalement de l'Océan indien, le bar et la dorade de Grèce, et le mulet de nos côtes. Les restaurants de sushi nous demandent majoritairement du saumon (60%) et du thon (30%). On reçoit ce dernier entier et on le travaille à façon, à la demande du client. Il est donc découpé quelques heures avant la livraison. Avec un arrivage par avion trois fois par semaine, on assure à nos clients un poisson d'une fraîcheur irréprochable. De toute façon, l'étiquette ne ment pas : elle mentionne l'origine du produit et le jour d'abattage, et indique si une surgélation flash a eu lieu. »

L'épicerie japonaise
KIOKO
京子
Jamais goûté du wasabi frais?

- Légumes de saison bio / légumes japonais.
- Arrivage chaque mois de nouveaux produits en direct du Japon.
- Possibilité de déguster les nouveaux produits.
- Promotion de -20% sur tous les produits 4 fois par an.

季節のBio野菜、旬の日本野菜をお届けしています。
伝統的な日本食から、今の日本食まで。日本メーカーの新商品が毎月入荷。
年に4回（3月、6月、9月、12月）全品20%OFFのセール。
試食や試飲も店舗にて定期的に行っております。

SERVICE COMMERCIAL / ENTREPOT :
37/39 rue Léon Geffroy 94400 Vitry sur Seine tél: 01 45 21 46 99 fax: 01 45 21 16 44 http://www.kioko.fr e-mail: com@kioko.fr
MAGASIN :
46, rue des Petits-Champs 75002 Paris tél: 01 42 61 33 66 mardi - samedi : 10h - 20h dimanche : 11h -19h KIOKO __KIOKO__

Le froid ne tue pas

Alain Bailly, directeur de Fish is life, une société implantée à Rungis spécialisée dans la transformation et la distribution du thon, fournit lui aussi de nombreux restaurants de sushi. « En France, le thon albacore et le thon obèse Patudo sont à l'honneur. Frais, il arrive par avion, principalement de l'Océan Indien. Sachant qu'en théorie, pour les sushis les poissons sauvages devraient été congelés à -20 degrés à cœur pendant au moins 24h pour éviter l'anisakis, un parasite qui peut être très nocif (voir encadré). Cette obligation légale étant souvent contournée, certains restaurateurs optent pour le congelé transporté à -60 degrés sur les bateaux de pêche (c'est ce qu'on appelle la filière sashimi – 50). Aujourd'hui, cette filière sashimi -50 représente seulement 20% des ventes à destination des restaurants de sushis, mais les mentalités sont en train d'évoluer, notamment pour des raisons de coûts, plus stables en congelé. Pour Eric Woog, patron de la chaîne de restaurants japonais à comptoir tournant Matsuri et client de Fish is life, « le circuit pour le thon albacore est bien rodé : cryogénisation à bord, stockage et transport à -60 degrés, tout est parfaitement maîtrisé, et tous les contrôles effectués à réception attestent de la qualité des produits livrés. » La surgélation cryogénique est une méthode particulièrement efficace pour empêcher la détérioration organoleptique (perte de texture et déshydratation) des produits. « Ce partenariat avec Fish is life a été un travail de longue haleine. Nous avons créé notre propre filière d'importation responsable en sélectionnant une pêcherie qui partage nos valeurs pour contrôler l'origine, la qualité et la traçabilité de nos approvisionnements. »

Sur les thoniers, les poissons sont vidés à bord puis mis dans la glace.



L'aquaculture, un approvisionnement constant et de qualité

Pour l'autre star des restaurants japonais, le saumon, la traçabilité est plutôt aisée, la filière étant particulièrement bien rodée. Dominique Pointu, responsable PFT (produits frais traditionnels) chez Promocash, le magasin cash & carry du groupe Carrefour, reçoit deux arrivages par semaine. « Pour le poisson d'élevage, la chaîne d'approvisionnement est très rapide. Le poisson arrive souvent 3 jours après l'abattage, et les informations sur la provenance et le mode d'élevage sont transparentes. Nous le réceptionnons soit entier conservé sous glace dans des caisses en polystyrène, soit découpé en filets

Soyez à cheval sur l'étiquette

La traçabilité des produits de la mer est obligatoire. Chaque étiquette informe sur :

- la dénomination commerciale du produit : le nom « commun » du produit
- le nom scientifique du poisson
- le mode de production (pêché ou élevé)
- Le mode de pêche pour les produits sauvages (sennes, chaluts, filets maillants et filets similaires, filets tournants et filets soulevés, lignes et hameçons, dragues et casiers, pêche à pieds et plongée)
- la zone maritime (ou sous zone) de pêche (Méditerranée, Baltique, Atlantique nord-est, etc.) ou le pays d'élevage pour la pisciculture.

en Norvège en pré rigor (étape juste après la mort, quand les muscles sont encore souples), ce qui est de plus en plus fréquent pour minimiser les coûts de transports.»
Une traçabilité rassurante, mais un mode de production contestable, l'aquaculture nécessitant de nourrir les poissons avec des espèces sauvages (5 kg de poissons sauvages sont nécessaires pour produire 1 kg de farine alimentaire pour les poissons d'élevage). « En France les restaurants à sushis utilisent trop peu d'espèces. » déplore Alain Bailly de Fish is life. « C'est très français de tout miser sur le saumon. Les autres pays européens dans lesquels nous opérons ont compris l'intérêt de se diversifier. D'abord cela évite de vider les océans, ensuite cela permet de ne pas lasser les clients, et finalement c'est une sécurité en cas de problème sur une espèce, comme c'est le cas du saumon actuellement, où l'offre ne suit pas la demande et où le Chili, deuxième exportateur mondial de saumon, ne peut plus fournir à cause d'une micro-algue toxique. Les restaurateurs auraient donc intérêt à diversifier leurs achats et leurs produits, notamment avec du local, même si c'est plus difficile à gérer. La sériole par exemple, très utilisée au Japon et disponible en France, est un excellent poisson, tout à fait adapté aux sushis et aux sashimis. »



Le poisson vivant, tué en ikejime

Acheter le poisson frais en direct plutôt qu'à travers le circuit traditionnel (pêcheur, criée, mareyeur, grossiste, détaillant), voilà qui séduit de plus en plus de restaurateurs soucieux de travailler des produits de qualité. Les intermédiaires se réduisent pour privilégier les circuits courts, passant directement de la criée aux grossistes ou aux poissonneries. Pour Dominique Pointu, de Promocash, c'est le meilleur moyen pour proposer des produits ultra frais. « On développe de plus en plus ces circuits courts, notamment pour les maquereaux, les dorades et les poissons nobles comme le turbot et le bar de pêche. Là on est sur des petits bateaux qui sortent 24 ou 48h. Toute cette petite pêche côtière de l'Atlantique se vend le surlendemain de la pêche. Conservée en caisse polystyrène sous glace, elle passe directement de la criée en magasin. »

A Paris, les restaurants les plus haut de gamme ne jurent plus que par les poissons bretons vendus chez Shinichi, la poissonnerie récemment ouverte dans le 16e arrondissement par Toru Okuda. Le chef japonais étoilé propose des poissons vivants, comme on les trouverait à Tokyo. Acheminés jusqu'au port dans des bacs d'eau de mer, turbot, dorade, barbue, bar de ligne, maque-

Adresses

Poissonnerie Shinichi
35 rue Duret Paris
75016

France Ikejime :
www.ikejime.fr
06 52 05 04 16

Le saumon en première ligne

Le saumon est de loin le poisson le plus consommé dans les restaurants japonais (environ 60% des demandes). Les stocks de saumon sauvage ont été divisés par deux en 20 ans et 95% du saumon consommé en France provient aujourd'hui de l'aquaculture. Principalement de Norvège, qui compte 900 fermes d'élevage. Un nombre que le gouvernement limite en distribuant des licences au compte-gouttes. « Les fjords, à la fois très profonds et proches des côtes, sont des lieux idéaux pour l'élevage », indique Maja Teskeredzic, chef de projets au Centre des produits de la mer de Norvège. La France est le premier pays consommateur de saumon norvégien, avec 121 000 tonnes importées en 2015. Malgré la crise économique et la hausse du prix du saumon, la demande en saumon frais de Norvège ne cesse de se renforcer. Longtemps controversée (pollution locale due aux traitements chimiques, fugues et propagation de maladies sur les saumons sauvages, alimentation des poissons...), la pisciculture norvégienne est désormais une affaire 'saine' bien contrôlée et soucieuse de la cause environnementale. « Les saumons passent d'abord un an en eau douce, avant de rejoindre des bassins salés où ils grossissent pendant deux ans. La régulation norvégienne impose une jachère de trois mois après chaque cycle d'élevage, afin de laisser le fond marin se régénérer. De toute façon c'est dans l'intérêt des industriels de protéger leurs ressources et de développer la recherche pour s'améliorer. »



La logistique fait partie des raisons du succès de l'aquaculture. « Les clients et les réseaux de commercialisation d'aujourd'hui exigent la qualité, la stabilité et la fiabilité, ce qui est difficile à atteindre dans les captures de pêche. Quand le saumon a atteint entre quatre et six kilogrammes, il est transporté vers l'abattoir par bateau vivier contenant de très gros réservoirs d'eau, permettant de transporter le saumon vivant. À l'arrivée, le saumon est anesthésié, abattu, éviscéré et lavé, avant d'être trié par taille et qualité, puis placé dans de la glace. Il est ensuite transporté vers les lieux de consommation. Pour la France l'acheminement se fait principalement par camion Il faut compter 48 à 72 heures entre le départ du camion et l'arrivée en France. »

Désireux de faire preuve de transparence, le Centre des produits de la mer de Norvège a mis en place un site d'information en septembre 2014 : **toutsurlesaumon.fr.**

reau, chinchard, merlan, rouget en provenance directe de Bretagne prennent aussitôt la route de la capitale dans des camions équipés de viviers d'eau filtrée et oxygénée. Débarqués vivants à Paris, ils sont tués à la demande en *ikejime* (prononcer « ikéjimé »), une technique japonaise qui consiste à saigner le poisson et à retirer le nerf de la moelle épinière en passant un fil métallique à l'intérieur de l'arête centrale pour pouvoir le conserver plusieurs jours dans un parfait état de fraicheur. Sa chair, plus « propre », pourra ainsi être maturée, jusqu'à obtenir une extraordinaire texture, souple et soyeuse, riche en *umami*, le fameux 5e goût du Japon… ■

L'ikejime est une technique japonaise permettant de préserver la fraicheur du poisson.





Envie d'apprendre le japonais ?

Cours de japonais tous niveaux,
de débutants complets à confirmés

Cours réguliers trimestriels

La méthode conçue par Espace Japon est basée sur la compréhension et la pratique orale de la langue avec des mises en situation concrète d'apprentissage.

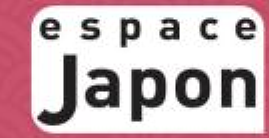
Formation professionnelle DIF

Espace Japon est habilité à dispenser les cours dans le cadre de la formation professionnelle.

Formation à distance en e-learning

Vous ne pouvez pas assister au cours à cause de vos horaires ou de la distance ?
Choisissez le e-learning avec jeparlejaponais.com

Retrouvez toutes nos activités
cuisine - manga - origami - calligraphie - soroban - sumié - ikébana etc...
sur www.espacejapon.com



12, rue de Nancy 75010 Paris
Tél : 01 4700 7747 - Fax : 01 4700 4428
Métro : lignes 4 / 5 / 7 / 8 / 9 / 11

Le phénomène Râmen

Après les sushi, c'est au tour des nouilles japonaises de rafler la mise. Les pionniers Higuma et Naritake ont prouvé que la formule fonctionne aussi bien en France qu'au Japon. La preuve, Ippudo, leader du râmen « de luxe » sur l'archipel, a ouvert deux restaurants à Paris. En exclusivité, Wasabi a pu rencontrer son fondateur, Shigemi KAWAHARA



Le tonkotsu est le plat phare de Ippudo.

Par Ryoko SEKIGUCHI

Ippudo est une chaîne de restaurants de râmen connu notamment pour son bouillon « tonkotsu », préparé à base de porc, onctueux et opaque, spécialité de Hakata dans le sud du Japon, allez-vous proposer les mêmes saveurs en France ?

Shigemi KAWAHARA : En ce moment, nous avons notamment une série de soupes « tonkotsu » (base porc) : classic, moderne et épicé, une autre « tori shôyû » (base poulet), et le végétarien. Bien évidemment, la soupe au porc est notre spécialité, mais compte tenu de la richesse des terroirs en France, nous voulions optimiser cette variété de goûts en créant une recette originale à Paris. La soupe végétarienne peut absolument être consommée par les clients vegans.

Exporter simplement les formules existantes au Japon n'est pas notre philosophie. Par exemple, aux États-Unis ou en Asie, nous avons d'autres soupes à base de poisson ou de pâte de soja. Nous sommes toujours à la recherche de délices locaux qui nous permettent d'explorer de nouvelles recettes.

Utilisez-vous beaucoup d'ingrédients locaux ?

Oui. Par exemple, le porc et le poulet avec lesquels nous préparons nos soupes sont d'origine locale. Et nous constatons que la qualité de la viande est très bonne en France, ce qui fait que nous sommes particulièrement fiers de nos soupes à Paris. Je pense aussi que l'eau parisienne fonctionne particulièrement bien avec la soupe.

Pareil pour les pâtes, nous mélangeons du blé japonais avec de la farine à pain, produite en France. Le résultat est hautement satisfaisant.

Qu'est-ce que vous souhaitez transmettre aux clients qui viennent chez Ippudo ?

Je voudrais avant tout que nos clients apprécient « un petit voyage au Japon ». Ce n'est pas

Adresses

14 rue Grégoire de Tours
75006 Paris
Tel: 01 42 38 21 99

74-76 rue Jean-Jacques Rousseau
75001 Paris
Tel: 01 42 86 09 85





Shigemi Kawahara et l'intérieur du restaurant rue Grégoire de Tours.

seulement un bol de nouilles que nous servons, nous offrons aussi l'accueil à la japonaise, la culture culinaire, le sens de la propreté de la cuisine, la convivialité… C'est un ensemble espace-temps. Même ceux qui ne sont jamais allés au Japon ou qui ne s'intéressent pas particulièrement à notre pays garderont le souvenir d'un déjeuner chaleureux ; c'est notre objectif.

L'intérieur du restaurant Ippudo se démarque des autres restaurants de râmen…

Oui, clairement ! Dès le début de notre aventure au Japon dans les années 1980, notre idée a été de créer des espaces où une femme puisse venir manger toute seule. Ou une personne âgée… Nous avons conçu un espace grand, propre, lumineux. Et de fait, je pense que nous avons réussi : 60% de notre clientèle est féminine.

Et la clientèle d'Ippudo à Paris ?

70 à 80% de nos clients sont français, surtout pour le deuxième restaurant localisé dans le quartier d'affaires. De nombreux employés qui travaillent dans le quartier viennent découvrir notre râmen.

C'était un peu notre objectif pour ce deuxième restaurant : familiariser un autre type de clients que ceux qui sont déjà amateurs de cuisine japonaise. Chez nous, il y a des clients qui dégustent un râmen pour la première fois, ou qui ne savent pas bien utiliser les baguettes, signe qu'on est en train de gagner un nouveau terrain.

Nous avons aussi 20 à 30% de clients asiatiques, qui sont habitués à manger des nouilles et sont parfois nostalgiques d'Ippudo qu'il connaissent aussi dans leur pays.

Quelle place le râmen occupe-t-il dans la cuisine japonaise à l'étranger, et en France ?

Je pense que le râmen se situe parmi les plats préférés des étrangers, pareil en France. Voyez, comment le sushi, sans doute le plat le plus connu de la cuisine japonaise, s'est intégré dans le paysage culinaire de nombreux pays ! Chaque pays invente à présent ses propres sushis ou ses makis originaux. Je suis sûr que le râmen va suivre la même évolution.

D'ailleurs au Japon aussi, le râmen a connu cette phase avant de s'exporter à l'étranger, signe que ce plat est passé par une maturation culinaire et culturelle. Je ne suis pas en train de jouer les pionniers du râmen, mais je me considère un peu comme un ambassadeur de cette culture du râmen à l'extérieur et j'aimerais faire un travail digne de la qualité de ce plat.

Y a-t-il des réactions particulières des clients français ?

Les Français, en plus de la passion qu'ils montrent pour le Japon, ont beaucoup de respect pour les produits et les producteurs. Par exemple, quand nous leur expliquons que nos bols sont fabriqués dans la région d'Arita, cela les intéresse beaucoup. Je pense que c'est un point prometteur vers une diffusion de la culture culinaire autour du râmen japonais en France.

TAKAOKAYA

Nori

cultivateur et fabriquant depuis 1890.

●

Thé vert de Shizuoka

ISO 14001

Restauration & détail



Tél. - Fax :

01 30 90 80 64

le-maitre.franck @ wanadoo.fr

Distribué par FOODEX

Connaissez-vous le dashi breton ?

Venue du fin fonds du Japon la société Makurazaki a choisi Concarneau pour ouvrir la première usine européenne de katsuoboshi.

Par Patrick **DUVAL**

Le katsuoboshi est un produit essentiel de la gastronomie japonaise, fabriqué à partir de bonite séchée. Il est, avec l'algue kombu, l'un des deux composants du dashi, la base de la quasi-totalité des plats nippons, l'équivalent de notre bouillon de poule. On le retrouve notamment dans la soupe miso. Problème : il était jusqu'ici pratiquement impossible de trouver du katsuoboshi en Europe, certaines étapes de la fabrication (notamment au niveau du fumage) n'étant pas agréées par la Commission européenne.

D'où l'idée d'en produire en France en construisant une usine qui respecterait la législation locale. Après des mois de tractations avec les autorités locales, l'usine a finalement été construite dans la zone industrielle de Concarneau et produira, dès le mois de septembre, 200 kilos de katsuoboshi par jour.

Un investissement de plus de deux millions d'euros selon son président, Katsuhiko Oishi, venu tout spécialement du Japon pour l'inauguration et qui se félicite de l'accueil des Bretons : « Nous les avons invités à venir au Japon visiter nos usines et leur avons montré l'importance du katsuoboshi dans la cuisine japonaise. Ils ont bien compris, je pense, que sans le katsuoboshi, il est impossible de réaliser une cuisine japonaise digne de ce nom. C'est pourquoi, avec cette usine, nous espérons participer à la transmission d'une cuisine japonaise authentique. »

L'un des tout premiers sachets de katsuoboshi made in Bretagne



Inaugurée le 31 août dernier en présence du maire de Concarneau et de nombreux élus locaux, l'usine flambant neuve est, tout comme au Japon, divisée en 4 espaces :

• un atelier de découpe (*namaguri*) où les bonites sont vidées et nettoyées et désarêtées.

• Une pièce réservée à la cuisson (*shajuku*). Les bonites sont cuites dans une marmite durant plusieurs heures. C'est au cours de cette étape, sans doute la plus importante, que se concentre l'*umami* qui donnera ce goût si particulier au dashi.

• les bonites sont ensuite placées sur de grands plateaux pour être séchées et fumées (*baikan*) avec un bois dur tel que le chêne. Suivant la taille des poissons il peut être nécessaire de répéter jusqu'à 15 fois le fumage.

• Enfin, les filets sont mis au repos (*anjo*) durant deux à quatre semaines ce qui permet d'éliminer presque toute l'eau du poisson. Le produit fini ressemble à un morceau de bois et pourra être raboté pour obtenir les précieux copeaux de bonite.

Les clients visés sont, en priorité, les restaurants japonais de toute l'Europe mais les responsables de l'usine espèrent vivement que des chefs français se mettront également à utiliser la bonite séchée comme le fait déjà Pascal Barbot (Astrance***) dont le dashi est, paraît-il, célèbre dans tout le Japon !

Le Directeur technique de l'usine présente à la presse les premiers copeaux bretons.

Makurazaki France, 32 rue Léopold Sédar Senghor, 29900 Concarneau.

Otafuku

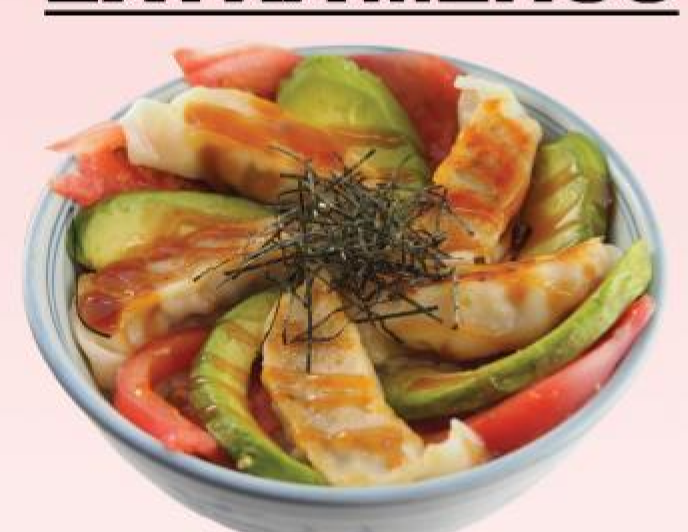
JFC FRANCE

Vegetable OKONOMI GYOZA

La sauce sucrée se marie très bien avec les Gyoza !



EXTRA MENUS



OKONOMI GYOZA DON
(Tomate et avocat)



OKONOMI GYOZA DON
(Tomate, fromage, et basilic)



SOUPE GYOZA à la Sauce OKONOMI

Venez découvrir notre site internet pour plus d'informations et de recettes. http://www.otafukusauce.com/e/
Le leader européen sur le marché des produits asiatiques et, en particulier,des produits d'alimentation japonais. Toutes les demandes à http://www.jfc.eu

NOUILLES RAMEN ラーメン

Tokyo wavy noodle

Tokyo straight noodle

Sapporo wavy noodle

Prêtes en 40-60 secondes !

Foodex vous propose une gamme de nouilles Râmen et de bouillons prêts à l'emploi, de qualité artisanale.

Miso Shoyu Paitan







FOODEX SAS T/+33 (0) 1 45 10 24 00 4, impasse des carrières 75016 Paris France www.foodex.fr

